

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Центр заочної форми навчання
Кафедра економіки та планування бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри _____

(підпис)

Балджи М.Д.

“ ____ ” _____ 2017 року

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіки підприємства»

з теми:

«Економічне обґрунтування створення власного бізнесу
(на прикладі магазину годинників «Галерея часу»)»

Виконав: студентка IV курсу, групи 5
напряму підготовки:

6.030504 «Економіка підприємства»

Сопіна О.О. _____

(підпис)

Керівник:

к.е.н, доцент

Карпов В.А. _____

(підпис)

Одеса – 2017

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра
за напрямком підготовки «Економіка підприємства»

Сопіна Оксана Олександрівна

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2017 рік

Дипломна робота складається з трьох розділів. У першому розділі роботи розглядається об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення магазину годинників. У роботі досліджується можливість започаткування власного бізнесу в Україні по створення магазину годинників в сфері підприємницької діяльності. У другому розділі проведено аналіз аспектів варіантів реалізації проекту (маркетингові дослідження, розрахунок техніко-економічних характеристик проекту). У третьому розділі зроблена порівнянна оцінка економічної ефективності та ризикованості проекту.

Ключеві слова:

підприємницький проект, економічна ефективність, проектний підхід, проектні ризики.

ANNOTATION

Final work on the education and qualification of Bachelor
in the direction of preparation "Business Economics"

Sopina Oksana

Odessa National University of Economics

c. Odessa, 2017

Thesis consists of three chapters. In the first section of work the object of study - the process of setting up shop rationale clock. The second section analyzes aspects of embodiments of the project (marketing analysis, calculation of technical and economic characteristics of the project). The third section is made comparable assessment of cost-effectiveness and risk of the project.

Keywords:

Project, economic efficiency, project approach, project risks.

ЗМІСТ:

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕСУ У СФЕРІ МАЛОГО ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	5
1.1 Загальна характеристика бізнес-ідеї відкриття магазину з продажу годинників.....	5
1.2 Огляд нормативно-правових засад з відкриття магазину годинників ..	10
1.3 Організаційно-правова форма новостворюваного бізнесу та системи оподаткування	17
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ АСПЕКТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ ГОДИННИКІВ.....	25
2.1 Аналіз кон'юнктури ринку годинників в Україні	25
2.2 Розробка бізнес - плану проекту магазину годинників.....	39
2.3 SWOT - аналіз проекту	48
2.4 План маркетингу та менеджменту	51
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА РИЗИКІВ ПРОЕКТУ Й ШЛЯХИ ЇХНЬОЇ МІНІМІЗАЦІЇ	56
3.1 Розрахунок фінансових показників по проекту.....	56
3.2 Оцінка ефективності проекту.....	64
3.3 Варіанти зниження ризиків проекту	74
ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРЕСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Актуальність теми. Протягом останніх 15 років сучасний світ вражає своїм темпом життя. Кожна хвилина є важливою, кожна година --вирішальною. Девізом сучасності став вираз “Час - це гроші”, а одним із головних аксесуарів для пересічного громадянина - годинник. Зараз без годинника “як без рук”. Він не лише відміряє час та орієнтує у просторі, він є невід’ємною частиною образу і стилю.

При ринковій економіці інвестори, виробники, продавці й покупці діють в умовах конкуренції самостійно, тобто на свій страх і ризик. Виникнення будь-якої підприємницької ідеї ставити багато різноманітних запитань: хто виступає як конкретні споживачі, яким є ринок продукту підприємства, які кошти необхідні для реалізації проекту, чи виправдовує собі проект економічно чудо. Задля отримання відповідей на ці запитання й складається бізнес-план.

Питанням складання бізнес-планів присвячено дуже багато робіт зарубіжних та вітчизняних учених-економістів: Егупов Б.А., Кіперман Д., Крілова Н., Липсіс І.В., Львовський Г.Д., Маркова В.Д., Муллів М., Пальчик О.І., Пітерс Р., Покропивний С.Ф., Полякова А.Р., Роузен Х., Ськирко Ю.І., Уотермен Р., Хруцький С. та ін.

Метою роботи є дослідження процесу створення власного бізнесу шляхом відкриття магазину годинників та визначення напрямків його ефективного функціонування.

Досягнення мети здійснювалося послідовним вирішенням таких завдань:

- з'ясування сутності та ролі бізнес-планування на сучасному етапі ринкової економіки;
- розкриття особливостей бізнес-планування у розвитку суб'єктів господарювання;
- оцінка стратегічної орієнтації бізнес-планування;
- дослідження ринку годинників та плану маркетингу;
- обґрунтування організаційного плану;

- розробка виробничого плану;
- побудова фінансового плану;
- проведення оцінки ризиків та страхування.

магазину *Предметом дослідження* є обґрунтування бізнес-плану відкриття годинників у м. Одесі.

Об'єктом дослідження виступає процеси й методи реалізації проекту створення власного бізнесу шляхом відкриття магазину годинників.

Методи дослідження – для вирішення поставлених завдань в роботі використовувалися різні методи. Методи збирання, зведення та групування, узагальнення та економіко-статистичні методи – для вивчення та відображення тенденції ринку. Спеціальні методи визначення та оцінки підприємницьких ризиків: статистичні, чутливості, моделювання Монте-Карло та інші. Застосовувалися комп'ютерні програми для роботи з числовими значеннями та побудови графіків і діаграм.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові публікації та монографічні видання вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій та досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників.

ВИСНОВКИ

Дана робота була присвячена питанням планування, економічної оцінки й організації керування ризиками проекту створення власного бізнесу.

Питанням складання бізнес-планів присвячено дуже багато робіт зарубіжних та вітчизняних учених-економістів: Егупов Б.А., Кіперман Д., Крілова Н., Липсіс І.В., Львовський Г.Д., Маркова В.Д., Муллів М., Пальчик О.І., Пітерс Р., Покропивний С.Ф., Полякова А.Р., Роузен Х., Ськирко Ю.І., Уотермен Р., Хруцький С. та ін.

Разом з тим багато проблем, що пов'язані з бізнес-плануванням, не тільки не досліджені, але й не поставлені. Так, у наукових дослідженнях ще недостатньо виразно визначені позиція щодо взаємодії плану і ринку, місце відносин планомірності в розвиненій ринковій системі.

Так, у наукових дослідженнях ще недостатньо виразно визначені позиція щодо взаємодії між планами та підприємцями, бізнес-плану та ринком, місце відносин планомірності в розвиненій ринковій системі. В цілому можливо зробити наступні висновки:

1. У теоретичній частині роботи були досліджені природа й економічне обґрунтування бізнес-плану створення власного бізнесу, втримування ризику його реалізації, розглянуті загальні способи оцінки ступеня ризику.
2. У процесі теоретичного дослідження ролі бізнес-проекування підприємницької діяльності були уточнені види, функції, структура, інструментарій і послідовність складання бізнес-планів підприємницьких проектів.
3. У роботі розглядається питання планування та аналізу реалістичності створення годинникового магазину ФОП "Галерея часу". Магазин «Галерея часу» буде зареєстрований у формі суб'єкта підприємницької діяльності, зареєстрованого на фізичну особу, що сплачує єдиний податок. Мета проекту - оцінка економічної ефективності відкриття магазину годинників "Галерея часу". Концепція проекту - магазин годинників буде мати два канали збуту продукції: продажу через торговельну точку у великому торговому центрі та

продажу через Інтернет-магазин. Магазин буде позиціонуватися в широкому ціновому сегменті з вартістю годинників приблизно від 100 грн. до 50000 грн. Такий широкий ціновий спектр обумовлений нестабільністю валютної ситуації в Україні. Зміни валютної політики держави приводять до диверсифікованості валютних ризиків на основі перемикання з одного цінового сегмента споживачів в інший. Продукція магазину буде розділена на три цінових сегменти: нижній, середній і верхній сегмент. Асортименти продукції буде складатися з: настільних, настінних, підлогових, камінних, годинників з барометром, різних настільних аксесуарів і звичайно ж наручних годинників як вітчизняних (Луцький вартовий завод, Київський годинний завод) так і закордонних виробників (швейцарські, японські й т.д.).

4. На першому етапі опрацювання проекту нами було проведено маркетинговий аналіз умов реалізації проекту, в основі якого був покладений аналіз кон'юнктури ринку годин України за останні 12 років. Як показав аналіз динаміці продажів, до 2008 (початок світової кризи) реалізація годинників росла прискореними темпами, далі два роки спостерігалось падіння, а потім повільне лінійне зростання. Політична нестабільність в Україні і війна на Донеччині привела до скорочення товарообігу в Україні у вартісному вираженні на 10%, в абсолютному на 30%. За оцінками експертів зниження реалізації годинників склало від 1 до 3 разів. Прогноз реалізації годин йде по спадаючій прискореної динаміці. Однак, як показав досвід кризових 2007-2008 років, ринок швидко відновився. На нашу думку, в третьому кварталі 2016 року намітилося зростання продажів годинників. При цьому спостерігається тренд на більшу увагу з мобільних телефонів в якості годинника на наручний годинник. Зростання продажів дешевого і середнього сегмента ринку різко прискорився в третьому кварталі 2016 року, тоді як дорогий сегмент ринку знаходиться в здамо "застою".

5. Як показав SWOT-аналіз проекту, нами були виявлені основні загрози реалізації проекту та фактори, що впливають на рівень ризикованості проекту.

6. Маркетингові дослідження показали, що магазин годинників "Галерея

часу” буде позиціонуватися в широкому ціновому сегменті з вартістю годинників приблизно від 100 грн. до 50000 грн. Продукція магазину буде розділена на три цінових сегменти: нижній, середній і верхній сегмент. Асортименти продукції буде складатися з: настільних, настінних, підлогових, коминкових, годин з барометром, метеостанцій, різних настільних аксесуарів і звичайно ж наручних годин як вітчизняних (Луцький вартовий завод, Київський годинний завод) так і закордонних виробників (швейцарські, японські й т.д.).

7. Потенційними клієнтами магазину будуть всі люди, оскільки така продукція як годинники актуальний у будь-якому віці, а також годинник є невід’ємною частиною життя людини, адже завдяки такому чудовому винаходу людини може орієнтуватися в часі в плині доби, що і є основним застосуванням годинників. Також за допомогою годинників можливо планувати свою діяльність, вимірювати тривалість різних подій, проміжків між ними, визначати тривалість положення в тимчасовому процесі від якої-небудь точки відліку до моменту виміру, тобто вести облік кількості минулих еталонних подій і т.д.. Тому така продукція як годинники спрямована на задоволення потреб всіх людей будь-якої вікової категорії.

8. У представленому бізнес-плані були опрацьовані розділи продуктової стратегії, ціноутворення, первинних і прямих витрат на створення магазину годинників, календарний план проекту, проведений розрахунок фінансових показників по проекту. Для розрахунку інтегральних показників ефективності проекту були взяті ставки порівняння на рівні середньоукраїнських + 2-3% на фінансові ризики. По долару США - 15% річних, по гривні - 28%.

9. Розрахунки грошових потоків проводилися у програмі Project Expert.

10. Як показали розрахунки, вкладений капітал окупиться через 14 місяців, прибутковість проекту досить висока – на 1 грн. первісних інвестицій доводиться в середньому 2,43 грн. чистого дисконтированого доходу за весь період життєвого циклу проекту. Внутрішня норма рентабельності становить 183,80 %, що вказує на більшу стійкість проекту, чистий наведений дохід

складе 162 541 грн. (27 199 доларів США) за три роки здійснення проекту, що у середньому за весь період життєвого циклу проекту становить 54 тис. грн. у рік. Все це говорить про високу ефективність проекту, при збереженні закладених рівнів основних факторів реалізації проекту.

11. Аналіз динаміка чутливості проекту по NPV показав, що найбільш чутливим фактором реалізації проекту є зміна ціни реалізації продукції. Однак навіть при зниженні середніх цін на продукцію до 15% це не робить проект збитковим.

Перераховані фактори по ступені чутливості ранжувалися в такий спосіб:

5. Ціна збуту - самий чутливий фактор.
6. Загальні витрати.
7. Обсяг збуту.
8. Зміни обсягів інвестицій.

Ціна на продукцію є найбільш чутливим фактором. Як показав попередній аналіз саме високий рівень цін на продукцію проекту забезпечує його високу ефективність.

12. Аналіз ризиків дав можливість розробити програму мінімізації ризиків реалізації проекту, сутність якої полягає в наступному:

Підприємство торгівлі може спробувати зменшити, але не повністю усунути конкретні збитки. Дотримуючи всі правила, установлені законодавством, воно може уникнути додаткових штрафних санкцій і у випадку якого-небудь інциденту у своїй діяльності. Підтримуючи гарні відносини зі споживачами й організаціями, їх що представляють, підприємство може зменшити розміри фінансових претензій, які воно буде змушено задовольнити.

Мінімізація втрат. Торговельне підприємство може спробувати запобігти значній частині збитків. Методами мінімізації втрат є диверсифікованість і лімітування.

Диверсифікованість - це один з методів керування ризиками, що може використати будь-яке підприємство торгівлі. Торговельне підприємство може

розподіляти зусилля й капіталовкладення між різноманітними видами діяльності, результати яких безпосередньо не зв'язані.

Лімітування може застосовуватися торговельними підприємствами при продажі товарів у кредит, при наданні позик і позичок іншим господарюючим суб'єктам або своїм працівникам, визначенні сум вкладення капіталу по конкретному напрямку вкладення.

Пошук релевантної інформації - це метод, спрямований на зниження ризику шляхом знаходження й використання необхідної й достовірної релевантної інформації.

Процедури відшкодування збитків. Застосовуються тоді, коли підприємство торгівлі зазнає збитків, незважаючи на зусилля по мінімізації збитків. Включають передачу, розподіл і прийняття ризику.

Хеджування ризиків засновано на висновку термінових контрактів і угод, що враховує ймовірні в майбутньому зміни цін, курсів валют з метою уникнути несприятливих наслідків цих змін.

Розподіл ризику - це метод, при якому ризик імовірного збитку ділиться між учасниками так, що можливі втрати кожного невеликі (наприклад, розподіл ризику між підприємствами - учасниками руху товарів).

Прийняття ризику (поглинання ризику). Торговельне підприємство може втримати ризик (тобто прийняти його на себе) у випадках, коли:

- по-перше, потенційна втрата незначна;
- по-друге, витрати на страхування великі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волков И.М., Грачева М.В. Проектный анализ. – М.: «Инфра-М», 2009, 496с
2. Дамари Р. Финансы и предпринимательство. - Ярославль: Периодика. 1993. -223 с.
3. Все про проектний менеджмент: Збірник навчальної літератури, методичних вказівок та програмних продуктів Українського відділення IPMA на компакт-диску.
4. Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики. Матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18 вересня 2015 р.). – Одеса: Атлант, 2015. – 367 с.
5. Егупов Ю.А. СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И КЛАССИФИКАЦИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ. / Вісник Донецького університету. Серія: Економіка і право. - 2006. – Т. 2. – С. 82-90. [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1792/1/Сущностная%20характеристика%20и%20классификация%20бизнес-планов.pdf>
6. Єгупов Ю. А. Оптимізація інформаційного поля формування початкового плану продажів підприємства [Електронний ресурс] / Ю. А. Єгупов // Економіка: реалії часу. – 2016. – № 1(23). – С. 142-148. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n1.html>
7. Карлоф В. Деловая стратегия.- М.: Экономика, 1991. -239 с.
8. Керівництво з питань визначення компетентності й сертифікації українських професіональних керівників і фахівців з управління проектами NCB (ua): /С.Д. Бушуєв, Н.С. бушуєва, В.Ю. Биков, В.Д. Шпильовий. – К., 2000. – 84 с.
9. Керівництво з питань проектного менеджменту: Пер. з англ. /Під ред С.Д. Бушуєва, - 2-е вид., перероб. – К.: Видавничий дім “Деловая Украина”, 2000. – 198 с.

10. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркитан А.С. Бізнес-планування фірми.- К.: Знання, 2006 - 423 с.
11. Липсиц И.Б. Бизнес-план - основа успеха. Практическое пособие.- М.; Машиностроение, 1998 - 144 с.
12. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами: Учебник для вузов. – М.: ЗАО “Издательство “Экономика”, 2001. – 574 с.
13. Сборник бизнес-планов: Современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт/Под ред. В.М. Попова. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 336 с.
14. Скворцов Н.Н. Как разработать бизнес-план - план предприятия. - К.: Прометей, 1994. - 96 с.
15. Зигель Э., Лорен А., Шульц А., Брайен Р., Карни С. Пособие Эрнст энд Янг по составлению бизнес-плана. - М.: «Джон Уайли энд Санз», 1995.- 225 с.
16. Цигилик І.І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Навч. посіб. - Івано-Франківськ. Інститут менеджменту та економіки "Галицька Академія", 2005. – 652 с.
17. Шарп У. Ф. Инвестиции. - М.: ИНФРА-М, 2000. - 1024 с.
18. Шохин Е.И. Финансовый менеджмент. – М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2003. –408 с.
19. Щербак А.В. Інвестиційний аналіз в умовах невизначеності грошових потоків // Фінанси України. – 2005. - №11, с. 61 – 69.
20. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: Монографія. - 2-ге вид. - Х.:ІНЖЕК, 2004.
21. Яструбецька Л.С. Грошові потоки в оцінці інвестиційного проекту підприємства // Фінанси України. – 2005. - №5, с. 101 – 109.
22. Міщенко А.П., Стратегічне управління: Навч. посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004, - 336 с.

23. Ніколенко Ю.В., Демківський А.В., Євтушевський В.А., Основи економічної теорії. Суспільне виробництво. Ринкова економіка: Підручник. – Київ: Либідь, 1998. – 272 с.
24. Осовська Г.В., Осовський О.А, Основи менеджменту: Навч.посіб. – К.: «Кондор», 2006. – 664 с.
25. Пересада А.А., Смірнова О.О., Інвестування: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, О. О. Смірнова, С. В. Онікієнко, О. О. Ляхова. - К.: КНЕУ, 2001. - 251 с.
26. Примак Т.О., Економіка підприємства: Навч.посіб. – 5-те видання, - К.: Вікар, 2008, - 219 с.
27. «Закон про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень в 2016 році» (закон №3688) [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://inside.pp.ua/налоги-в-украине-на-2016-год/>
28. Покропивний С.Ф., Соболь С. М, Швиданенко Г. О., Дерев'янка О. Г. , Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, доп. — К.: КНЕУ, 2002. — 379 с.
29. Пуцентейло П.Р., Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч.посіб. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
30. Рижиков В.С., Яковенко М.М, Латишева О.В., Проектний аналіз: Навч.посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 384 с.
31. Роглев Х.Й. Готельний менеджмент: навч. посіб. - К., Видавництво 2004. - 322 с.
32. Татаренко Н. О., Поручник А. М.Теорії інвестицій: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 160 с.
33. Удалих О.О., Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства: Навч.посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 292 с.

34. Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Білий М.М., Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навч.посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005, - 160 с.
35. Cole G.A. Strategic management: Theory and practice. – London: DP Publications ltd, 1994. – 267 p.
36. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Ризики в підприємницькій діяльності. - М.: Фінанси й статистика, 2006, с. 195.
37. Часовой рынок Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.watch.kiev.ua>
38. Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьяков В. Г. Фінансово-економічна діяльність підприємства. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2000. - 471 с.
39. Альгин А. П. Ризик у підприємстві. С.-П., 1998- 236 с.
40. Аналіз ринку годинників [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.marketing-ua.com>
41. Балабанів І.Т. Ризик-менеджмент. - М.: Фінанси й статистика, 2003.
42. Бланк І.А. Стратегія й тактика керування фінансами. - Київ: ІТЕМ лтд, АДЕФ - Україна, 2003.
43. Часы Касио [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.casio-europe.com>
44. Вишняків Я. Д., Колосов А. В., Шемякин В. Л. Оцінка й аналіз фінансових ризиків підприємства в умовах ворожого навколишнього середовища бізнесу // Менеджмент в Україні й за рубежом - 2003. №3, с. 15-17.
45. Методи аналізу ризиків. Основи/Під ред. Л.Е.Стровського. - М.: Закон і право, ЮНИТИ, 1999 с.56-79.
46. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів/ Л. Е. Стровский, С. Е. Казанцев і ін.; під ред. Л. Е. Стровського. - 2-і изд., перераб. і доп. - М: ЮНИТИ, 2000. -з. 823.
47. Гольцберг М.А. Міжнародна торгівля. - М.: Біном, 2004. - 306 с.
48. Зайців П. Г. . Ризики в сучасному бізнесі. - М.: Элан, 2007. - 240 с.
49. Градов А. П. і ін. Стратегія й тактика антикризового керування фірмою. -

Спб.: Спеціальна література. 2002. - 510с.

50. Гранатуров В. М. Економічний ризик: сутність, види, методи виміру, шляхи зниження: Навчальна допомога. - 2-і изд., перераб. і доп. - М.: Видавництво «Справа й сервіс», 2005. - с. 160 .
51. Гранатуров В.М. Методи попередження ризиків. - М.: Видавництво "Справа й Сервіс", 2003. - с. 256.
52. Де Ковни Ш. Стратегії хеджирования. - Пер. с англ. - М.: ИНФРА - М, 2001. - с. 208 .
53. Долан Э.Дж. Гроші, банківська справа й грошово-кредитна політика. - Л.: Профико 2004. - с. 448.
54. Каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.hermle-clocks.com>
55. Каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.secunda.com.ua>
56. Кукуня А. Схема захисту інвесторів// РИЗИК № 5-6, 2008.
57. Малашихина, Н. Н. Ризик-менеджмент / Н. Н. Малашихина, О. С. Белокрылова, Ростов н/Д : Фенікс, 2004. с. 320 .
58. Матвеев, Б. А. Універсальна система класифікації ризиків / Б. А. Матвеев // Вестн. ЧГАУ. 2005. Т. 46. с. 147-149.
59. Каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.noblesse.com.ua/>
60. Каталог [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.e-mkg.info/?post=tenders&id=243>
61. Динаміка реалізації годинників в Україні у 2005-2013 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.ukrstat.gov.ua/>